

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018

Maria Florentina Meze
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNPGRI Kediri
floraucok@gmail.com

Amin Tohari
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNPGRI
amin.tohari@unpkediri.ac.id

Abstract

The value of the company is one of the measuring tools for profit because it will bring success to leaders and managers in managing company finances. Shareholders want high company value. High company value reflects high share value, so that it is considered to provide high welfare to shareholders. Bargaining for financial contracts in a company requires company size. The purpose of this study was to examine the effect of Profitability (ROA), Leverage (DER) and the disclosure of Corporate Social Responsibility on firm value with firm size as a moderating variable. The population in this study is mining companies listed on the Indonesian stock exchange for the 2016 - 2018 period. The sample used is 20 companies. The method used in this research is multiple linear regression method using the ex post facto quantitative approach. Hypothesis testing uses the t test. The results show (1) Profitability (ROA), Leverage (DER) and Corporate Social Responsibility have a significant effect on firm value, while Leverage (DER) and Corporate Social Responsibility partially do not have a significant effect on firm value. (2) Company size is able to moderate Profitability (ROA), Leverage (DER) and Corporate Social Responsibility (CSR).

Keywords: Company Value, Profitability (ROA), Leverage, CSR, Firm Size.

Abstrak

Nilai perusahaan merupakan salah satu alat ukur untuk mendapatkan laba karena akan membawa kesuksesan para pimpinan dan manajer dalam mengelola keuangan perusahaan. Para pemegang saham menginginkan nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan nilai saham yang tinggi, sehingga dianggap akan memberikan kesejahteraan yang tinggi kepada para pemegang saham. Tawar menawar kontrak keuangan dalam suatu perusahaan diperlukan adanya ukuran perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Profitabilitas (ROA), Leverage (DER) dan pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia Periode 2016 – 2018. Sampel yang digunakan sebanyak 20 perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda dengan menggunakan pendekatan kuantitatif metode ex post facto. Pengujian hipotesis menggunakan uji t, Hasil penelitian menunjukkan (1) Profitabilitas (ROA), Leverage (DER) dan Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Leverage (DER) dan corporate Social Responsibility secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) Ukuran Perusahaan mampu memoderasi Profitabilitas (ROA), Leverage (DER) dan Corporate Social Responsibility (CSR).

Keywords: Nilai Perusahaan, Profitabilitas (ROA), Leverage, CSR, Ukuran Perusahaan

PENDAHULUAN

Pasar modal merupakan tempat dimana dilakukan kegiatan penawaran umum dan perdagangan efek oleh pihak yang membutuhkan dana dan pihak yang memiliki dana. Melalui kegiatan pasar modal, perusahaan dapat memperoleh dana untuk membiayai kegiatan operasional dan perluasan perusahaan. Salah satu perusahaan yang ada dalam pasar modal adalah perusahaan pertambangan, yaitu perusahaannya yang kegiatannya mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi kemudian menjualnya. Nilai perusahaan merupakan sebuah pencapaian perusahaan sebagai indikator dari kepercayaan pemegang saham terhadap perusahaan sejak pendirian perusahaan sampai saat. *Nilai Perusahaan dijadikan fokus utama dalam pengambilan keputusan oleh investor untuk berinvestasi di suatu perusahaan tersebut.*

Pertumbuhan nilai perusahaan pertambangan memegang posisi yang dominan dalam perkembangan perekonomian di Indonesia karena berhubungan langsung dengan daya beli masyarakat sehari-hari. Namun pertumbuhan nilai perusahaan pertambangan mengalami fluktuasi pada beberapa tahun terakhir data dari badan pusat Statistik, pada tahun 2017, nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,40% dari tahun 2016 sebesar 3,64% menjadi 3,03% ditahun 2017. Sementara pada tahun 2018 kembali meningkat sebesar 0,50% dari tahun 2017 sebesar 0,03% menjadi 3,53%. Suastha, (2016) menjelaskan Pertumbuhan nilai perusahaan pertambangan diharapkan akan terus naik pada tahun-tahun berikutnya. Penelitian mengenai *profitabilitas (ROA), Leverage* nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* telah diteliti oleh beberapa penelitian sebelumnya. *Pramana & Mustanda, (2016)* menyatakan bahwa Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan menurut *Wulandari & Wiksuana, (2017)* Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. *Wulandari & Wiksuana, (2017)* menyatakan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. *Purnasiwi, (2015)* menyatakan leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *Wulandari dan Wiksuana, (2017)* menyatakan leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Sari (2017)* menemukan bahwa leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain profitabilitas (ROA), leverage dan CSR, ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang digunakan dalam menjelaskan pengungkapan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan (*Sudarma, & Darmayanti, 2017*). Ukuran perusahaan merupakan suatu perbandingan untuk melihat besar kecilnya sebuah entitas. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan (*Subiantoro, 2015*). Secara umum, perusahaan besar akan lebih banyak memerlukan pengungkapan informasi daripada perusahaan kecil banyak memerlukan pengungkapan informasi daripada perusahaan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan, maka aktivitas yang dilakukan juga lebih banyak sehingga tanggung jawab dari perusahaan tersebut tidak hanya terhadap pemegang saham saja, tetapi juga terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan (*Kusumawardani & Suardana, 2018*).

Pada Penelitian sebelumnya telah ditemukannya bukti bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa factor-Faktor. faktor tersebut diantaranya adalah Profitabilitas (ROA), Leverage (DER) dan pengungkapan Corporate Social Suatu kombinasi yang optimal atas ketiganya akan memaksimalkan nilai perusahaan yang selanjutnya akan meningkatkan kemakmuran pemegang saham.

Menurut hasil panalitian Putri (2012) membuktikan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderisasi pengaruh ROA, leverage, dan CSR terhadap Nilai Perusahaan, yang artinya pengungkapan ROA, leverage dan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan, apabila dikuatkan oleh ukuran oleh ukuran perusahaan. Hasil penelitian yang sama juga didukung oleh penelitian *Puspitaningrum (2017)* yang menemukan bahwa ukuran perusahaan dapat meningkatkan pengaruh ROA, leverage CSR terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat memoderisasi pengaruh pengungkapan CSR, ROA dan leverage terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar akan cenderung mengungkapkan kinerja perusahaan secara tidak terbatas pada laporan keuangan, akan tetapi juga akan mengungkapkan informasi sosialnya agar terhindar dari biaya yang timbul apabila perusahaan tidak melakukan kegiatan pertanggung jawaban sosialnya. Dari penelitian-penelitian terdahulu diatas tujuan penelitian dari penulis adalah untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas (ROA), Leverage, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan akan mampu memoderisasi Profitabilitas (ROA), Leverage, CSR pada Nilai Perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Nilai Perusahaan

Menurut Brigham dan Dave dalam Rajagukguk *et al.* (2019), Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin pada harga saham. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik saham. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rasio *Tobins'Q*, karena Rasio *Tobins'Q* dinilai dapat memberikan informasi terbaik, memuat semua utang dan modal saham perusahaan termasuk seluruh aset perusahaan.

$$Tobins'Q = \frac{MVE + DEBT}{TA}$$

Keterangan: *Tobins'Q* = Nilai perusahaan

MVE = Nilai Pasar Ekuitas

DEBT = Total Kewajiban

TA = Nilai buku dari total Aktiva

2. Profitabilitas (ROA)

Profitabilitas memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan. Kasmir (2016, p. 196) menjelaskan "profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan." Profitabilitas ini memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan. Profitabilitas suatu perusahaan dapat diukur dengan menghubungkan antara keuntungan atau laba yang diperoleh dari kegiatan pokok perusahaan dengan kekayaan atau aset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan perusahaan (*operating asset*). Fahmi (2012, p. 159), menyatakan bahwa "*Return On Asset* mengukur tingkat laba terhadap aset yang digunakan dalam menghasilkan laba tersebut".

Dalam analisis laporan keuangan, *return on asset* sering disoroti, dalam menghasilkan keuntungan". *Return on asset* mampu mengukur kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan pada masa lampau untuk kemudian di proyeksikan di masa yang akan datang. Menurut Kasmir, (2016), menyatakan *Return on asset* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen aset.

$$Return\ On\ Asset = \frac{Laba\ Bersih}{Jumlah\ Aset} \times 100\%$$

3. Leverage

Menurut Fahmi (2012, p. 62), rasio *leverage* adalah untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang." *leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang di gambarkan oleh modal. Sedangkan Maryam (2014) menjelaskan bahwa *Leverage* adalah penggunaan sejumlah aset atau dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan aset atau dana tersebut, perusahaan akan mengeluarkan biaya tetap. Meskipun masih banyak perdebatan diantara ahli tentang kelayakan perbandingan dari penggunaan *rasio leverage* ini.

$$Debt\ to\ Equity\ Ratio = \frac{Total\ Debt}{Total\ Equity} \times 100\%$$

DER yang semakin besar menunjukkan bahwa struktur modal yang berasal dari utang semakin besar yang digunakan untuk mendanai ekuitas yang ada.

4. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Ghergina et al. (2015), *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen berkelanjutan dari bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi untuk sekaligus untuk meningkatkan kualitas angkatan kerja dan masyarakat setempat secara luas. Pengungkapan CSR mencerminkan kualitas perusahaan tersebut dan diharapkan dapat mempengaruhi keputusan investor dalam pengambilan keputusan investasi. perusahaan dengan ukuran yang besar akan dapat mengungkapkan informasi tanggung jawab sosialnya lebih luas untuk memberikan sinyal positif terhadap investor dan mendapatkan legitimasi dari masyarakat, karena perusahaan besar melakukan aktivitasnya lebih banyak sehingga akan berdampak lebih besar terhadap lingkungan (Yuliawati et al., 2015).

$$CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$$

5. Ukuran Perusahaan

Menurut Fahmi (2012, p. 32), Ukuran Perusahaan semakin baik kualitas laporan keuangan disajikan maka akan semakin meyakinkan pihak eksternal dalam melihat kinerja keuangan perusahaan tersebut, yang otomatis tentunya pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan akan merasa puas dalam betbagai urusan dengan perusahaan. Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Weston & Copeland (2012) menyatakan bahwa, "ukuran perusahaan (*size*), dalam penelitian ini menggunakan nilai buku dari total aset, sebagai indikator adalah *size*." Nilai total aktiva dihitung dalam jutaan rupiah serta ditransformasikan kedalam bentuk logaritma natural (\ln) sehingga satuan ukuran *size* bukanlah persen.

$$Size = \ln \text{ Total asset}$$

Putra (2016) menjelaskan bahwa "perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal." Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuannya untuk memunculkan dana yang lebih besar.

METODE PENELITIAN

Purposive Sampling dipilih sebagai metode untuk permasalahan ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017, p. 23), "Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik". Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif adalah data yang akan dianalisis dalam penelitian ini berbentuk angka yang bersifat dapat diukur, rasional, dan sistematis. Populasi dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan dari 46 perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan studi kepustakaan yaitu pengumpulan data yang diperoleh melalui membaca dan mempelajari buku-buku referensi, jurnal dan artikel yang berkaitan dengan penelitian ini. penelitian ini dengan menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria : (1) perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018; (2) Perusahaan yang melaporkan laporan keuangan secara berturut-turut periode penelitian tahun 2016-2018; (3) Perusahaan Pertambangan dalam laporan keuangan di BEI yang mengalami rugi selama periode penelitian tahun 2016-2018; (4) jumlah perusahaan yang digunakan sebagai sampel 20 perusahaan sehingga diperoleh 60 unit data sampel yang terdiri dari 20 perusahaan dengan periode penelitian 3 tahun. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber sekunder. Menurut Sugiyono (2017, p. 315), "Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen". Teknik

analisis data yang digunakan adalah *moderating regression analysis* (MRA) atau analisis regresi moderating. Dalam penelitian ini, teknik analisis regresi moderating yang digunakan adalah dengan cara menginteraksikan variabel bebas dengan variabel pemoderasi pada model regresi. Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 z + \beta_5 x_1.z + \beta_6 x_2.z + \beta_7 x_3.z + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	= Nilai Perusahaan
β_0	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7$	= Koefisien regresi variabel
x_1	= Profitabilitas (ROA)
x_2	= Leverage (DER)
x_3	= CSR
z	= Ukuran Perusahaan
ε	= Variabel residual atau standar error

HASIL PENELITIAN

1. Hasil analisis uji asumsi klasik

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas, hal ini didasarkan pada hasil uji *Kolmogorov Smirnov Test* dengan nilai signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05.

Uji Multikolonieritas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antar variabel bebas dalam model regresi, dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah, jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1 maka model regresi tersebut bebas dari gejala Multikolonieritas (Ghozali, 2016). Hasil pengujian menunjukkan bahwa model regresi terjadi masalah multikolonieritas, hal ini karena adanya interaksi dari variable moderasi dengan variable bebas. Sehingga wajar jika ada hubungan anantara variabel bebas, jika hanya dilihat dari variabel bebas tanpa memasukan variabel moderasi model regresi tidak terjadi masalah multikolonieritas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas telah terpenuhi, dalam penelitian ini pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan plot antara *standardized* prediksi dengan *studentized residual*. Hasil autokorelasi menghasilkan nilai *durbin-watson* sebesar 1,847, sedangkan dalam tabel *durbin-watson* untuk jumlah sampel 60 dan jumlah variabel independen 3 sebesar 1,6889. Karena nilai DW 1,6889 < 1,847 < 2,311 atau $4 - d < d < 4 - d$, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi bebas dari autikorelasi.

2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi yang diperoleh dari hasil uji analisis yaitu:

$$\hat{Y} = 0,450 + 0,005X_1 + 0,000X_2 + 0,416X_3 + 0,042Z - 0,001X_1.Z - 0,00000749X_2.Z - 0,074X_3.Z$$

Keterangan:

- Konstanta sebesar 0,450 menyatakan bahwa jika *Profitabilitas* (ROA), *Leverage*, *Corporate Social Responsibility* adalah nol maka Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan adalah sebesar 0,450.
- jika variabel *Profitabilitas* (ROA) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, sedangkan, variabel *Leverage*, *Corporate Social Responsibility*, *size firm*, $X_1.Z$, $X_2.Z$, $X_3.Z$, maka menyebabkan kenaikan Nilai Perusahaan sebesar 0,005. Namun sebaliknya jika variabel *Profitabilitas* (ROA) mengalami penurunan sebesar satu satuan sedangkan variabel *Leverage*, *Corporate Social Responsibility* *size firm*, $X_1.Z$, $X_2.Z$, $X_3.Z$ tetap maka variabel Nilai Perusahaan akan turun sebesar 0,005.
- Jika variabel *Leverage* mengalami peningkatan sebesar satu satuan, sedangkan variabel *profitabilitas* (ROA), *Corporate Social Responsibility*, *size firm*, $X_1.Z$, $X_2.Z$, $X_3.Z$ tetap, maka menyebabkan peningkatan Nilai Perusahaan sebesar 0,000 atau tetap. Namun sebaliknya jika variabel *Leverage*

mengalami penurunan satu satuan sedangkan variable *profitabilitas (ROA)*, *Corporate Social Responsibility*, *size firm*, $X1.Z$, $X2.Z$, $X3.Z$ tetap maka akan mengakibatkan variabel Nilai Perusahaan turun sebesar 0,000 atau tetap.

- d. Jika variabel *Corporate Social Responsibility* mengalami peningkatan satu satuan, sedangkan variabel *profitabilitas (ROA)*, *Leverage*, *size firm*, $X1.Z$, $X2.Z$, $X3.Z$ tetap, maka mengakibatkan peningkatan Nilai Perusahaan sebesar 0,416. Namun sebaliknya jika *Corporate Social Responsibility* mengalami penurunan satu satuan, sedangkan variabel *profitabilitas (ROA)*, *Leverage*, *size firm*, $X1.Z$, $X2.Z$, $X3.Z$ tetap, maka mengakibatkan variabel Nilai Perusahaan turun sebesar 0,416.
- e. Jika variabel z (*size firm*) mengalami peningkatan satu satuan, sedangkan variabel *profitabilitas (ROA)*, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility*, $X1.Z$, $X2.Z$, $X3.Z$ tetap, maka mengakibatkan peningkatan Nilai Perusahaan sebesar 0,042. Namun sebaliknya jika z (*size firm*) mengalami penurunan satu satuan, sedangkan variabel *profitabilitas (ROA)*, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility*, $X1.Z$, $X2.Z$, $X3.Z$ tetap, maka mengakibatkan variabel Nilai Perusahaan turun sebesar 0,042.
- f. Jika variabel $X1.Z$ mengalami peningkatan satu satuan, sedangkan variabel *profitabilitas (ROA)*, *Leverage*, *CSR*, *size firm*, $X2.Z$, $X3.Z$ tetap, maka mengakibatkan peningkatan Nilai Perusahaan sebesar 0,001. Namun sebaliknya jika $X1.Z$ mengalami penurunan satu satuan, sedangkan variabel *profitabilitas (ROA)*, *Leverage*, *CSR*, *size firm*, $X2.Z$, $X3.Z$ tetap, maka mengakibatkan variabel Nilai Perusahaan naik sebesar 0,001.
- g. Jika variabel $X2.Z$ mengalami peningkatan satu satuan, sedangkan variabel *profitabilitas (ROA)*, *Leverage*, *CSR*, *size firm*, $X1.Z$, $X3.Z$ tetap, maka mengakibatkan penurunan Nilai Perusahaan sebesar 0,00000749. Namun sebaliknya jika $X2.Z$ mengalami penurunan satu satuan, sedangkan variabel *profitabilitas (ROA)*, *Leverage*, *CSR*, *size firm*, $X1.Z$, $X3.Z$ tetap, maka mengakibatkan variabel Nilai Perusahaan naik sebesar 0,00000749.
- h. Jika variabel $X3.Z$ mengalami peningkatan satu satuan, sedangkan variabel *profitabilitas (ROA)*, *Leverage*, *CSR*, *size firm*, $X1.Z$, $X2.Z$ tetap, maka mengakibatkan penurunan Nilai Perusahaan sebesar 0,074. Namun sebaliknya jika $X3.Z$ mengalami penurunan satu satuan, sedangkan variabel *profitabilitas (ROA)*, *Leverage*, *CSR*, *size firm*, $X1.Z$, $X2.Z$, tetap, maka mengakibatkan variabel Nilai Perusahaan naik sebesar 0,074.

3. Hasil Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,316 atau 31,6% dengan demikian menunjukkan bahwa *Profitabilitas (ROA)*, *Leverage*, *CSR* secara bersama-sama dapat menjelaskan Nilai Perusahaan sebesar 31,6% dan sisanya yaitu 68,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Dengan adanya variabel ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi maka besarnya pengaruh *Profitabilitas (ROA)*, *Leverage*, *CSR* terhadap Nilai Perusahaan dapat meningkatkan variabel *Profitabilitas (ROA)*, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel Nilai Perusahaan dengan diketahui dari nilai koefisien determinasi *Adjusted (R²)*. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,431 atau 43,1% dengan demikian menunjukkan bahwa *Profitabilitas (ROA)*, *Leverage*, *CSR* secara bersama-sama dapat menjelaskan Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan sebesar 43,1% dan sisanya 56,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini:

Dengan demikian, dapat disimpulkan dengan adanya variabel ukuran perusahaan sebagai moderasi dapat memberikan pengaruh atau peningkatan terhadap variabel sebesar 11,5%.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji t (uji parsial) dilakukan untuk menguji apakah setiap variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan antara variabel *Profitabilitas (ROA)*, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan.

- 1) nilai sig sebesar 0,022 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Sehingga H_0 ditolak H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Profitabilitas (ROA)* secara parsial terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan.

- 2) Diperoleh Nilai Sig Sebesar 0,757 Nilai Tersebut Lebih Besar Dari 0,05. Sehingga H_0 Diterima H_a Ditolak. Jadi Dapat Disimpulkan Bahwa *Leverage* Secara Parsial Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan
- 3) nilai sig sebesar 0,496 nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga H_0 diterima H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan.
- 4) a. nilai sig sebesar 0,005 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Sehingga H_0 ditolak H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa X_1 atau *ROA* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan.
b. Nilai sig sebesar 0,548 nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga H_0 diterima H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa X_2 atau *DER* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan.
c. Nilai sig sebesar 0,436 nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga H_0 diterima H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa X_3 atau *CSR* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh *Profitabilitas (ROA)* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran perusahaan sebagai Variabel Pemoderisasi

Hasil penelitian ini sesuai dengan landasan teori *Return on asset* mampu mengukur kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan pada masa lampau untuk kemudian di proyeksikan di masa yang akan datang. Aset atau aktiva yang dimaksud adalah keseluruhan harta perusahaan yang diperoleh dari modal sendiri maupun modal asing yang telah diubah perusahaan menjadi aktiva-aktiva perusahaan yang digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan

Hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa secara parsial *Profitabilitas (ROA)* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan. Berdasarkan pada tabel 9 diatas, nilai signifikan uji t sebesar 0,022. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka berarti H_0 tolak dan H_a diterima dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Profitabilitas (ROA)* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan

2. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variabel Pemoderisasi

Hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa secara parsial *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan. Berdasarkan pada tabel 9 diatas, nilai signifikan uji t sebesar 0,757. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka berarti H_0 diterima dan H_a ditolak dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Leverage* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan

Teori Menurut Fahmi (2011:62) rasio *Leverage* adalah untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. "*Leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang di gambarkan oleh modal. Berbeda dengan Purnama dan Abundanti (2013) menemukan bahwa, "*leverage* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan." Jayanti dan Saputra (2015) dalam penelitiannya menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Jadi dapat disimpulkan *leverage* memiliki pengaruh negative terhadap nilai perusahaan

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderisasi

Hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa secara parsial *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan. Berdasarkan pada tabel 9 diatas, nilai signifikan uji t sebesar 0,496. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka berarti H_0 diterima dan H_a ditolak dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan.

Pengungkapan CSR mencerminkan kualitas perusahaan tersebut dan diharapkan dapat mempengaruhi keputusan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Pengungkapan CSR secara luas, dapat memberikan sinyal positif terhadap investor, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan dengan ukuran yang besar akan mengungkapkan informasi tanggung jawab sosialnya lebih luas untuk memberikan sinyal positif terhadap investor dan mendapatkan legitimasi dari masyarakat, karena perusahaan besar melakukan aktivitasnya lebih banyak sehingga akan berdampak lebih besar terhadap lingkungan (Yuliawati & Sukirman, 2015).

4. Ukuran Perusahaan mampu memoderasi Profitabilitas (ROA), Leverage, Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan mampu memoderasi Profitabilitas (ROA), Leverage, Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Berdasarkan tabel 9 diatas, nilai signifikan Uji t sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05 atau 5%. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa Ukuran Perusahaan mampu memoderasi Profitabilitas (ROA), Leverage, Corporate Social terhadap Nilai Perusahaan. Dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,361 yang berarti bahwa 36,1% Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi Ukuran perusahaan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen. Dari persentase yang tergolong rendah tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat pengaruh dari faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian sebagaimana yang telah disajikan pada pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan Profitabilitas (ROA) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi, Leverage (DER) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran perusahaan sebagai variabel Moderasi, CSR secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi dan Ukuran Perusahaan mampu Memoderasi Profitabilitas (ROA), Leverage (DER), Pangungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel penelitian atau menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, misalnya; variabel Return On Equity (ROE), Current Ratio (CR), Earning per Share (EPS). Serta memperluas penelitian dengan menambah sampel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, I. (2012). *Pengantar Pasar Modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kasmir. (2016). Analisis Laporan Keuangan. In *Jakarta: Raja Grafindo Persada*.
- Kasmir M.M., M. . (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik). In *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*.
- Kusumawardani, K. W., & Suardana, I. B. R. (2018). Corporate Social Responsibility, Leverage, Profitabilitas, Penghindaran Pajak dan Nilai Perusahaan : Bagaimana Keterkaitannya? *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.31843/jmbi>
- Maryam, S. (2014). Analisis Pengaruh Firm Size, Growth, Leverage, Dan profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI). *Skripsi S1 Universitas Hasanuddin, Makassar*.
- Nila, L., & Ketut, Suryanawa., I. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v23.i03.p20>
- Pramana, I. G. N. A. D., & Mustanda, I. K. (2016). Pengaruh Profitabilitas Dan Size Terhadap Perusahaan dengan Sebagai CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*.
- Purnasiwi, J. (2015). Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Puspitaningrum, I. (2017). Pengaruh profitabilitas dan leverage pada nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel pemoderasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia

- PENDAHULUAN Nilai perusahaan diartikan sebagai perseps. *Jurnal Akuntansi*, 28(1), 26–54.
- Putra, A. S. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.21831/nominal.v4i2.8002>
- Rajagukguk, L., Ariesta, V., & Pakpahan, Y. (2019). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Keputusan Investasi, dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i1.2079>
- Sari, R. A. (2017). Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Disclosure, Terhadap Corporate Social Responsibility Manufaktur, Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*.
- Suastha, R. D. (2016). Riset Temukan Kualitas CSR Perusahaan Indonesia Rendah. *Www.Cnnindonesia.Com*.
- Subiantoro, O. H. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Bandung: PT Alfabet*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sudarma, A. M. & Darmayanti, A. N. (2017). Pengaruh CSR, Kepemilikan Manajerial Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan Pada Indeks Kompas. 100. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Weston, & Copeland, thomas e. (2012). Manajemen Keuangan. In *Erlangga. Jakarta* (2nd ed.).
- Wulandari, N., & Wiksuana, I. (2017). Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Yulawati, Rika, & Sukirman. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan